



WIR OPTIMIEREN IHRE KOMMUNIKATION

MEDIATRIX ERMS
Enterprise Response Management



Inhalt dieses White-Papers:

- > Ausgangssituation S.3
Daten & Fakten
- > Herausforderung S.4
Frage der Strategie
- > Lösung S.5
Funktionsweise u. Prozess
- > Integration S.7
- > Technische Daten S.7

ITyX gehört zu den führenden europäischen Lösungsanbietern für kostenoptimierte Kundenkommunikation im Call- und Communication-Center-Markt. ITyX realisiert und integriert hochintegrative Multi-Kanal-Management-Lösungen für Unternehmen wie u.a. Air Berlin, Bank Austria, Bosch Communication Center, DEVK, DDS Dresdner Direktservice, DKB, HUK-Coburg, HVB, Infineon oder das Versandhaus Klingel.

Next Generation E-Mail-Management

Die effiziente Bewältigung großer E-Mail-Aufkommen im In- und Outbound-Einsatz generiert Einsparungspotentiale und Mehrwerte im Kundenservice Ihres Contact-Centers – und sogar darüber hinaus.

Die E-Mail-Kommunikation ist aus unserem Geschäftsalltag nicht weg zu denken. Sie gehört nicht nur zum Kommunikationsstandard innerhalb der Organisationen selbst, sondern gewinnt auch in der Kommunikation gegenüber Kunden und Partnern enorm an Bedeutung. So wie in den 80er Jahren des vergangenen Jahrhunderts eine Effizienz - steigernde ACD (Automatic Call Distribution) bestehende PBX-Telefon-Systeme ablöste, wandelt sich die E-Mail-Kommunikation zunehmend aus Ihrer gewohnten Outlook- oder Lotus Notes- Welt in eine systemische Welt von E-Mail-basierten Contact-Center-Prozessen. Denn mit selbst lernenden, intelligenten Systemen ist es möglich, Textinhalte von elektronischen Anfragen zu klassifizieren und mit bereits beantworteten Sachverhalten zu vergleichen.

So ist Mediatrix in der Lage, auf Kontextebene das Antwortverhalten menschlicher Agenten zu erlernen und eigenständig personalisierte Antwortvorschläge auf künftige Anfragen zu generieren. Es zählt zu den größten Herausforderungen serviceorientierter Unternehmen, über alle Kontaktkanäle hinweg den Spagat zwischen Kosteneffizienz und Antwortqualität zu vollziehen.

Dieses Dokument beschreibt die Funktionen und Integrationsschritte des E-Mail-Response-Managements mit der Mediatrix Communication-Center-Suite und den mit Mediatrix möglichen übergreifenden Mehrwert für einen optimierten Response-Prozess zur Produktivitätssteigerung - nicht nur im Contact-Center einer Organisation, sondern innerhalb der Organisation selbst.

Ausgangssituation

Mit jährlichen Steigerungsraten zwischen 80 und 400 % hat das E-Mail-Aufkommen in manchen Branchen bereits die Bedeutung der klassischen Briefkommunikation erreicht. Doch die Bewältigung der E-Mail-Flut mit klassischen Mitteln bindet unnötig viele Ressourcen. Und auf eine Antwort wartet der Kunde häufig mehrere Tage.

Kunden bzw. Interessenten setzen für den schnellen Dialog mit Unternehmen und Organisationen immer häufiger den einfachen und kostengünstigen Kommunikationskanal E-Mail ein. Aber auch in den Unternehmen selbst hat der Kommunikationskanal E-Mail mit seinen vergleichsweise geringen Streuverlusten und seiner hohen Rücklaufquote inzwischen einen sehr hohen Stellenwert im Marketing-Mix eingenommen.

Hunderte bis tausende über sogenannte „Sammel-Adressen“ ein- und ausgehende E-Mails täglich sind keine Seltenheit mehr. Häufig repräsentieren E-Mail-Adressen auch Marken oder Dienste mit einem hohen Bekanntheitsgrad. Oder sie werden im Zusammenhang mit Werbekampagnen publiziert.

<p>Nach Umfragen hat die E-Mail in vielen Branchen bereits den klassischen Brief überholt. Absolit 11/2004</p> <p>E-Mails werden in den TOP100 Unternehmen in Deutschland im Schnitt erst nach 2,7 Tagen beantwortet Handelsblatt-Studie e-Service 11/2004</p> <p>2 von 5 Internetnutzern brechen Ihre Kauftransaktionen im Internet vorzeitig ab Mummert 03/2004</p> <p>Kundenbindung: 86 % kommen bei positiver Erfahrung wieder FAZ-Institut 09/2005</p> <p>DSL-Markt hat erst 15 % seiner theoretischen Sättigung erreicht. GFK 10/2004</p> <p>Elektronisches Kontaktaufkommen wird sich bis 2008 mindestens verdreifachen. European Information Technology Observatory (EITO) 01/2005</p> <p style="text-align: right;">Quelle: verschiedene</p>

Aktuelle Analysen belegen, dass in vielen Branchen der E-Mail- und Internet-Kontakt im B2C bereits den klassischen Brief überholt hat. Aber immer noch brechen 2 von 5 Internetbenutzern Ihre Transaktionen im Internet ab und nur 4 von 5 E-Mails werden überhaupt beantwortet. Dabei wird sich die Zahl der Transaktionen im e-business bis 2008 gegenüber heute mehr als verdreifachen. Unternehmen haben wachsende Probleme, der Flut von Kundenkontakten zu begegnen.

Für Kunden ist es dabei unerheblich, über welchen Kommunikationskanal sie den Dialog zu Unternehmen bzw. Organisationen suchen. Sie erwarten stets den maximalen Service. Und ebenso wie die Freundlichkeit am Telefon eine Visitenkarte des Unternehmens darstellt, so spiegelt auch der Inhalt und die prompte Beantwortung einer Frage per E-Mail aus Kundensicht die Serviceorientierung eines Unternehmens wider – und bietet Raum für Chancen, verkaufsfördernd und kundenbindend zu reagieren.

Die E-Mail hat als Kontaktkanal sogar eine Reihe offensichtlicher Vorteile gegenüber dem Telefon: Kundenanfragen sind in der Regel zu rd. 80 % wiederkehrende Fragen – und können von intelligenten Systemen auch als solche erkannt und behandelt werden. Dazu ist der Einsatz eines E-Mail-Management-Systems unabdingbar und kann gleichfalls für die Beantwortung extrahierter Inhalte weiterer Kontaktkanäle übergreifend nutzbar gemacht werden: Brief (OCR), Fax, SMS oder Voice-Mail.

Herausforderung

Das mittel- und langfristige Optimierungspotential der elektronischen Kundenkommunikation ist dem anderer Kontaktkanäle deutlich überlegen. Dennoch ist es eine Frage der individuellen Strategie einer Organisation, ob sie sich diesem Potential nachhaltig stellen möchte.

In Abgrenzung zu den klassischen Kontaktwegen Telefon, Filiale und Brief birgt die „elektronische Post“ aufgrund der Anwendbarkeit maschineller Auswertungsprozesse eine ganze Reihe von Chancen für die Optimierung des Kundenservices einer Organisation. Sie ist zunächst ein asynchrones Medium und kann dadurch optimal in die Serviceprozesse integriert werden, weil sie keine unmittelbare Reaktion voraussetzt. Zudem kann die E-Mail mit geringem Aufwand innerhalb der Organisation bewegt werden, da sie nicht an einen physischen Träger gebunden ist und die elektronische Infrastruktur für ihre Logistik bereits vorhanden ist.

Der deutlichste Vorteil liegt aber in Ihrer Auswertbarkeit. Gegenüber einem klassischen Schriftstück oder einem Mensch-Mensch-Kontakt müssen die Inhalte nicht erst gelesen oder schriftlich dokumentiert werden – sie sind bereits in elektronischer Form durch den Kunden selbst verfasst worden und als solche sofort systemisch interpretierbar.

Letztlich ist es eine Frage der Ausrichtung und Strategie der Organisation selbst, ob Sie sich für den Einsatz intelligenter Response-Systeme entscheidet. Greift man zur „**Ablehnungsstrategie**“ und ignoriert die elektronische Post gänzlich? Setzt man auf die „**Auswahlstrategie**“ und etabliert den Kanal „E-Mail“ nur in Zusammenhang mit gezielten Kundengruppen (Mehrwert-Strategie) oder Marken? Oder ist die „**Maximierungsstrategie**“ und die Einbindung der virtuellen Kontaktkanäle in die Multi-Kanal-Distribution der richtige Weg?

Entscheidet sich ein Unternehmen, die konkreten Chancen der E-Mail-Kommunikation mit seinen Interessenten und Kunden zu nutzen, liegt die Herausforderung darin, das Wissen um die elektronischen Inhalte und deren Beantwortung organisationsübergreifend optimal verfügbar zu machen – und das unabhängig davon, an welcher Stelle der Prozesskette welche interne oder externe Ressource (Mensch oder System) zur Optimierung des Beantwortungsprozesses benötigt wird.

Lösung

Mediatrix setzt sich aus verschiedenen erprobten Komponenten zusammen, u.a. aus dem Mediatrix ERMS Enterprise-Response-Management-System für die intelligente Verteilung, Analyse und Bearbeitung digitalisierbaren Schriftgutes.

FUNKTIONSWEISE

Anhand eines durch Absolventen der Fakultät für Computerlinguistik der Universität Koblenz entwickelten kombinierten Verfahrens der „Schlagwort-Analyse“ und „semantischer Text-Analyse“ (ITyX PTME©-Verfahren) ist Mediatrix in der Lage, die Reaktion eines Agenten bei der Verteilung und Beantwortung einer E-Mail in direkte Beziehung mit ihrem Inhalt zu bringen. Daraus entwickelt Mediatrix einen fortwährenden Lernprozess, der täglich eine Optimierung durchläuft (Vergleich der Trefferquoten). Dabei ist Mediatrix sprachenunabhängig und schreibfehlertolerant, weil es im Gegensatz zu redaktionell gepflegten Systemen einen Textinhalt nicht wirklich versteht – aber es optimiert sich selbst darin, die Reaktion von Menschen zu kopieren. Mediatrix gelingt dies mit einer Treffergenauigkeit von über 98%.

1. FILTERUNG UND KLASSIFIZIERUNG

Die Grundvoraussetzung für die effiziente Bewältigung von hohem E-Mail-Aufkommen ist die schnelle und sichere Klassifizierung mit einem hohen Durchsatz. Mediatrix gewährleistet dies durch den kombinierten Einsatz eines filter- und regelbasierten Routings mit dem leistungsfähigen PTME©-Verfahren (Power-Text-Mining-Engine). Es basiert auf komplexen linguistischen Verfahren, die Wissen in einer Mischform von semantischen Netzen und Support-Vector-Machines repräsentiert. Mediatrix ist bereits nach einer kurzen "Anlernphase" in der Lage, themenunabhängig semantische Analysen über komplexe Inhalte von E-Mails durchzuführen, diese anhand der erkannten Intentionen zu klassifizieren und für die Weiterbearbeitung kontextsensitiv an die ermittelten internen oder externen Empfänger weiterzuleiten.

2. ZUTEILUNG

Die Verteilung eingehender Kundenanfragen erfolgt über einen frei konfigurierbaren, kontextbezogenen Zuteilungsprozess: abhängig von Projekt- und Schwierigkeitsgrad oder eventgesteuerten CRM-Responses (z.B. Kundenwertanalyse oder Betreuungsgruppe) wird die E-Mail des Kunden exakt dahin bewegt, wo sie optimal beantwortet werden kann. Die Zuteilung erfolgt in drei alternativ wählbaren Pull- und Push-Verfahren. Ein mehrstufiges Eskalations-Management stellt für die nachfolgende Bearbeitung – auch unter Einbezug externer Ressourcen – die Einhaltung gewünschter Service-Level sicher.

3. BEANTWORTUNG

Mediatrix unterstützt alle Antwortprozesse – von der vollständig automatischen Beantwortung (z.B. Eingangsbestätigung) bis hin zur manuellen Beantwortung (Expertenfrage). Mandant- oder projektbezogene Textbausteine, die dynamisch mit personalisierten Kundendatenfeldern angereichert sind, werden dem Bearbeiter für die Beantwortung zur Verfügung gestellt. Mediatrix sortiert diese Antwortbausteine kontextbezogen nach deren Relevanz und setzt sie automatisch in das für die Antwort vorgesehene Template. In Abgrenzung zu Wettbewerbsprodukten visualisiert Mediatrix den bearbeitenden Agenten die vollständige Kundenhistorie sowie konkrete Kundenfragen (Highlight-Verfahren). Auch E-Mail-Anfragen mit mehreren, komplexen Teilanforderungen werden so erkannt. Eine optimale Antwortqualität kann so gewährleistet werden. Auch eine Fall abschließende oder kontrollierte Weiterleitung an interne oder externe Gruppen und Mitarbeiter aus der Outlook- oder Lotus Notes- Welt (Fachabteilung) ist möglich, ohne dass hierdurch das Eskalationsmanagement beeinflusst wäre.

4. REPORTING UND KAMPAGNEN

Mediatrix ist „Call-Center-Ready“ und verfügt über einen umfangreichen Katalog von Standard- und Individual-Reports, die Bearbeitungszeiten, Bearbeitungswege und –themen auswertet. Sie können auf direktem Wege mit bestehenden Statistik- und Kapazitätssystemen kombiniert werden. Eine zusätzliche „Verschlagwortung“ von Kunden und Kontakten ermöglicht das Aufsetzen von Outbound-Kampagnen, die ebenfalls durch Mediatrix gesteuert werden.

Eine Übersicht aller verfügbaren Mediatrix-Funktionen erfolgt im Abschnitt „Technische Daten“.

Referenzen



Integration

Als webbasierte J2EE-Anwendung ist Mediatrix vollständig Plattform-unabhängig und bietet optimale Voraussetzungen zur Integration in bestehende Systemarchitekturen (Client und Server).

Mediatrix kann - unabhängig von verwendeten Betriebssystemen – eventgesteuert an allen Stellen des beschriebenen Prozesses mit allen gängigen CRM-Systemen oder SQL-fähigen Individual-Systemen kombiniert werden.



Technische Daten

MAIL-PROTOKOLLE

Empfang via IMAP oder POP3

Senden via SMPT

SYSTEM

- >> Einbindung in gängige CRM-Systeme über versch. Schnittstellen
- >> Eingesetzte Technologien Java 2.0, HTTP/HTTPS und Servlets
- >> Geringe Hardware-Anforderungen
- >> Integriertes Chat-System (Online- und Offline-Messaging)
- >> Intuitive Benutzerführung
- >> Logbuch (Erfassung aller Aktivitäten im System)
- >> Mehrmandantenfähigkeit
- >> Profilbasierte Administration
- >> Reporting (umfangreiche Reports in Echtzeit oder historisch)
- >> Unterstützung aller Datenbanken mit ANSI-SQL Standard
- >> Unterstützung aller gängigen Betriebssysteme
- >> Unterstützung externer E-Mail-Clients
- >> Webbasierte Clients

INBOUND

- >> Attachment View (Unterstützung aller gängigen Dateiformate)
- >> Automatisches Beantworten
- >> Auto Reply (Automatische Empfangsbestätigung)
- >> Buzzword-Highlighting (Hervorhebung von Schlüsselwörtern)
- >> Einbeziehung externer Fachkompetenzen (z.B. 2nd-level-support)

- >> Erweiterte E-Mail-Klassifizierung (Filterbasiertes Routing + PTME)
- >> Filterbasiertes Routing
- >> PTME (Power Text Mining Engine) für semantische Freitext-Analyse
- >> E-Mail Empfang über beliebig viele POP3/IMAP-Konten
- >> E-Mail Formate Text, HTML, MIME Multipart oder RTF
- >> FAQ System ASKme
- >> Keep Owner
- >> Kundenhistorie in einer übersichtlichen Baumstruktur
- >> Monitoring Funktionen (Supervisor)
- >> Priorisierung nach Kunde und E-Mail-Adresse
- >> Question-Highlighting (Hervorhebung der Fragesätze)
- >> Service-Level-Agreement (Mehrstufig)
- >> Statistische Auswertungen (in Echtzeit oder historisch)
- >> Training/Re-Training des PTME (für semantische E-Mail-Analyse)
- >> User Modi (Supervisor-, Blackbox- oder Whitebox-Mode)
- >> Vordefinierte Textbausteine (beliebig erweiterbar)
- >> Wiedervorlage

OUTBOUND

- >> Analyse des Antwortverhaltes bei Outbound-Kampagnen
- >> Bounce-Management mit Auswertung nicht zustellbarer E-Mails
- >> Datentransfermengen unbegrenzt
- >> E-Mail Formate Text-,HTML-Format oder MIME Multipart
- >> E-Mail Listen Management für personalisierte E-Mail mit kundenspezifischem Inhalt
- >> E-Mail Versand über beliebig viele SMTP-Konten
- >> HTML- und Plaintext Templates für die Einbettung ausgehender E-Mails in CI-konforme Vorlagen
- >> Kampagnen-Management (aktives Marketing-Instrument)
- >> Kundendaten-Bearbeitung
- >> Kundenhistorie übersichtlich als Baumstruktur
- >> Link-Tracking und Analyse
- >> Personalisierte und individualisierte E-Mails
- >> Personalisierte Newsletter mit kundenspezifischem Inhalt
- >> Response-Management
- >> Rechtschreibprüfung in Echtzeit
- >> URL Check vor Versand der E-Mail
- >> Verzögerte Versendung der Antwort-E-Mail
- >> ViewCount - ClickCount bei E-Mail-Kampagnen mit Reporting
- >> Zwischenbescheide während laufender Bearbeitungsvorgänge

[Bitte kontaktieren Sie uns für
weitere Informationen:](#)

ITyX Solutions AG
Kölner Str. 265
51149 Köln
Telefon: +49(0)2203-8998 7-0
Telefax: +49(0)2203-8998 7-27
www.ityx.de
sales@ityx.de